Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Analyse des tendances du secteur

Eau potable en bouteille

En Chine

Février 2017

SOMMAIRE

- En 2015, la Chine était le plus important marché de l'eau potable en bouteille au monde, avec des ventes au détail évaluées à 16,4 G$ US. Elle a importé pour 410,9 M$ US de bouteilles d'eau la même année.
- Trois des cinq principales entreprises internationales d'eau embouteillée en 2014 ont vendu des produits en Chine. Le Groupe Danone occupait le premier rang, suivi par Coca-Cola Co. et Nestlé SA.
- La Corée du Sud, Taïwan et les États-Unis étaient les trois principaux fournisseurs d'eau potable en bouteille de la Chine en 2015. Ensemble, ces 3 pays détenaient plus de 49,1 % des parts de marché disponibles.
- L'industrie chinoise de l'eau potable en bouteille est dominée par l'eau plate, qui représentait plus de 90 % des bouteilles d'eau vendues au détail en 2014.
- L'augmentation de la consommation d'eau potable en bouteille en Chine est en grande partie attribuable à la piètre qualité de l'eau du robinet, à la sensibilité accrue des consommateurs à l'égard des bienfaits de l'eau potable en bouteille sur la santé, à la hausse des revenus et à l'augmentation du tourisme international.
- Bien que le Canada ait exporté des produits d'eau potable en bouteille totalisant plus de 168,8 M$ US partout dans le monde en 2014, il y avait un grand écart en matière d'exportation avec la Chine, car la plupart des produits d'eau potable en bouteille en provenance du Canada (76,1 %) ont été exportés aux États-Unis.
- La Commission nationale de la santé et de la planification familiale de la République populaire de Chine a annoncé en décembre 2014 qu'elle avait apporté des modifications importantes aux normes sur l'eau potable embouteillée. Les nouvelles normes sont entrées en vigueur le 24 mai 2015.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Positionnement de l'eau potable en bouteille dans le monde 2
Moteurs économiques et attitudes des consommateurs 3
Marché de détail 3
Industrie de la restauration 5
Normes 6
Lancements de nouveaux produits 6
Exemples de nouveaux produits, 2016 7
Conclusion 8
Pour plus de renseignements 9
Ressources 9

RAPPORTS CONNEXES

- Aperçu du marché – Chine (2016)
- Un aperçu des tendances du commerce électronique en Chine (2016)
- Profil du secteur de la restauration - Chine (2016)
- Aliments et boissons fonctionnels en Chine (2016)

POSITIONNEMENT DE L'EAU POTABLE EN BOUTEILLE DANS LE MONDE

Cinq principales entreprises d'eau potable en bouteille dans le monde en 2014 (G$ US)

Entreprise	Ventes internationales	Ventes en Chine
1. Groupe Danone	12,9 $	1,7 $
2. Coca-Cola Co	11,5 $	0,74 $
3. Nestlé SA	10,7 $	0,27 $
4. PepsiCo Inc	4,3 $	S.O.
5. Suntory Holdings Ltd	1,9 $	S.O.

Source : *Euromonitor International, 2015*

Dix principaux marchés d'eau potable en bouteille dans le monde en 2015 ($ US)

Pays	Ventes au détail
1. Chine	**16,4 G$**
2. É.-U.	13,6 G$
3. Mexique	13,2 G$
4. Indonésie	6,5 G$
5. Allemagne	3,2 G$
6. Japon	2,8 G$
7. France	2,6 G$
8. Brésil	2,6 G$
9. Turquie	2,5 G$
10. Russie	2,5 G$

Source : *Mintel Market Sizes, 2016; Global Trade Tracker, 2016*

Marché de l'eau potable en bouteille* en Chine en 2015 ($ US)

Indicateur	Valeur
Ventes au détail, 2015	16,4 G$
Importation de produits d'eau potable en bouteille* en provenance de pays étrangers	410,9 G$
Exportations de produits d'eau potable en bouteille* vers des pays étrangers	809,6 G$
Dépendance à l'égard des importations	2,5 %

Dix principaux importateurs d'eau potable en bouteille* dans le monde en 2015 (M$ US)

Pays	Importations $ US	Principaux fournisseurs et parts de marché			Part du Canada
		1	2	3	
États-Unis	3 429	Suisse 28,5 %	Autriche 18,3 %	Mexique 12,0 %	3,30 %
Royaume-Uni	1 335	Pays-Bas 19,0 %	Belgique 16,7 %	Irlande 12,2 %	0,04 %
Allemagne	1 105	Autriche 34,0 %	France 9,6 %	Pays-Bas 9,3 %	<0,01 %
Belgique	1 068	France 49,2 %	Pays-Bas 17,4 %	Autriche 11,8 %	<0,01 %
Canada	942,7 $	États-Unis 78,0 %	Suisse 5,6 %	Italie 4,2 %	100,00 %
Hong Kong	842,1 $	Chine 78,7 %	Taïwan 3,3 %	États-Unis 3,2 %	<0,01 %
France	812,6 $	Allemagne 20,5 %	Belgique 17,7 %	Italie 14,4 %	<0,01 %
Pays-Bas	641,9 $	Allemagne 34,5 %	Belgique 27,8 %	Autriche 11,8 %	<0,01 %
Japon	445,6 $	États-Unis 32,6 %	France 26,5 %	Suisse 22,7 %	0,62 %
Chine	**410,9 $**	**Taïwan 18,5 %**	**Corée du Sud 18,2 %**	**États-Unis 12,4 %**	**2,11 %**

Source : *Global Trade Tracker, 2016*
Remarque : *Pour les besoins du présent rapport, le terme « eau potable en bouteille » est défini au moyen des codes SH : 2201, 2202*

Bien que le Canada ait exporté des produits d'eau potable en bouteille d'une valeur de plus de 132,3 M$ US à l'échelle internationale en 2015, la majorité (76,1 %) ont été envoyés aux États-Unis. La Chine importe peu d'eau potable en bouteille du Canada, mais une croissance soutenue des importations provenant de ce pays s'observe depuis cinq ans : alors que la Chine importait pour 0,74 M$ US d'eau canadienne en 2011, ce chiffre s'élevait à 7,28 M$ US en 2015. De plus, les importations d'eau potable en bouteille du Canada par la Chine augmentent plus rapidement que ses importations provenant du reste du monde. Il s'agit d'une tendance dont les exportateurs canadiens pourraient tirer parti.

Écart en matière d'approvisionnement de l'eau potable en bouteille*, 2015 (M$ US)

	2011	2012	2013	2014	2015	2011-2015 TCAC* %
Importations de produits d'eau potable en bouteille* par la Chine	130,61	180,21	220,17	283,56	340,21	27,0 %
Importations de produits d'eau potable en bouteille* du Canada par la Chine	0,74	0,83	4,51	3,13	7,28	77,0 %
Écart en matière d'approvisionnement	129,87	179,38	215,66	280,43	332,93	26,5 %

***Source :** Global Trade Tracker, 2016* ****TCAC :** Taux de croissance annuel composé*
****Remarque :** Pour les besoins du présent rapport, le terme « eau potable en bouteille » est défini au moyen des codes SH : 2201, 2202*

MOTEURS ÉCONOMIQUES ET ATTITUDES DES CONSOMMATEURS

La Chine est la deuxième puissance économique mondiale, après les États-Unis, et sa croissance va se poursuivre jusqu'en 2020, bien que plus lentement. De plus, la Chine est le pays le plus populeux de la planète, et sa population va continuer de croître au cours des prochaines années pour dépasser 1,4 milliard d'habitants en 2020 (Euromonitor International, 2016). Parallèlement aux inquiétudes des Chinois au sujet de la salubrité de l'eau, la croissance de l'économie et de la population pourrait continuer d'avoir un effet positif sur les ventes d'eau potable en bouteille au cours des prochaines années.

L'eau potable en bouteille est une industrie mondiale de 118,1 G$ US, et la région Asie-Pacifique compte le plus grand nombre de consommateurs, soit 29,2 % du marché mondial réel en 2014. La même année, plus de la moitié des bouteilles d'eau vendues dans la région Asie-Pacifique ont été achetées en Chine, ce qui représente 18,5 G$ US en ventes. La consommation d'eau potable en bouteille en Chine a connu une croissance soutenue de 2010 à 2014, les consommateurs s'étant résolument tournés vers ces produits pour des raisons d'hygiène et de salubrité (Euromonitor International, 2015).

Les principaux facteurs à l'origine de la croissance de la consommation d'eau potable en bouteille en Chine sont la piètre qualité de l'eau du robinet, la sensibilité accrue aux questions de santé, la hausse des revenus et le tourisme international. Ensemble, ces facteurs alimentent la demande et il est probable qu'à mesure que les revenus et le tourisme augmenteront, la demande fera de même (chinadialogue, 2014).

MARCHÉ DE DÉTAIL

Selon Datamonitor, l'eau plate non aromatisée représentait 91,2 % des ventes d'eau potable en bouteille en Chine en 2014, suivi de l'eau gazeuse non aromatisée (7,0 %) et de l'eau gazeuse aromatisée (1,6 %). Dans l'ensemble, les ventes d'eau embouteillée ont augmenté de 12,9 %, comparativement à 2013. Parmi tous les types d'eau embouteillée, c'est l'eau gazeuse aromatisée qui a connu la plus importante croissance de 2010 à 2014, son taux de croissance annuel composé (TCAC) étant de 19,5 %. À titre de comparaison, le TCAC de l'eau plate non aromatisée (sous-catégorie la plus importante) était

de 13,1 % au cours de la même période, les ventes de ce produit dépassant tout juste les 18,5 G$ US. Cette tendance devrait se poursuivre jusqu'en 2019 (Datamonitor, 2015).

Valeur historique des ventes au détail pour les sous-catégories de produits d'eau potable en bouteille en Chine (M$ US) et taux de croissance pour la période (%)

Sous-catégories	2010	2011	2012	2013	2014	2015[E]	2010-2015 TCAC* %
Plate non aromatisée	10 053,0	11 545,1	12 965,8	14 568,5	16 448,3	18 479,6	12,95 %
Gazeuse non aromatisée	792,7	911,1	1 011,1	1 130,0	1 260,7	1 397,9	12,01 %
Gazeuse aromatisée	141,1	170,9	205,7	245,4	287,8	334,2	18,82 %
Plate aromatisée	23,4	26,8	29,8	33,4	37,3	41,4	12,09 %

Valeur prévue des ventes au détail pour les sous-catégories de produits d'eau potable en bouteille en Chine (M$ US) et taux de croissance pour la période (%)

Sous-catégories	2016[P]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2016-2019 TCAC* %
Plate non aromatisée	20 740,3	23 284,2	26 117,4	29 170,5	12,04 %
Gazeuse non aromatisée	1 544,7	1 703,4	1 874,9	2 057,0	10,02 %
Gazeuse aromatisée	389,3	449,3	515,8	587,2	14,68 %
Plate aromatisée	46,0	51,0	56,5	62,3	10,64 %

Source pour les deux : *Datamonitor, 2015*
*** TCAC :*** *Taux de croissance annuel composé* *E=Estimation, P=Prévision*

La vente au détail de l'eau potable en bouteille va continuer de croître de façon soutenue au cours des 4 prochaines années pour atteindre un volume estimé de 44,2 milliards de litres d'ici 2019. La sous-catégorie que forme l'eau gazeuse aromatisée, même si elle est petite, a été associée au plus haut TCAC de l'ensemble des catégories de 2010 à 2015 avec 18,82 %. Cette sous-catégorie devrait d'ailleurs connaître une croissance à deux chiffres jusqu'en 2019, son TCAC estimé étant de 14,68 %.

Volume historique des ventes au détail pour les sous-catégories de produits d'eau potable en bouteille en Chine, en millions de litres

Sous-catégories	2010	2011	2012	2013	2014	2015[E]	2010-2015 TCAC* %
Plate non aromatisée	21 803,0	23 799,7	25 579,3	27 806,6	29 991,7	31 903,7	7,91 %
Gazeuse non aromatisée	1 484,9	1 619,8	1 759,9	1 924,5	2 082,1	2 234,4	8,52 %
Gazeuse aromatisée	292,0	352,8	424,0	504,9	592,5	688,3	18,71 %
Plate aromatisée	40,3	43,6	46,5	50,0	53,4	56,7	7,07 %

Source : *Datamonitor, 2015*
*** TCAC :*** *Taux de croissance annuel composé*

Volume prévu des ventes au détail pour les sous-catégories de produits d'eau potable en bouteille en Chine, en millions de litres

Sous-catégories	2016[P]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2016-2019 TCAC* %
Plate non aromatisée	33 811,6	36 022,3	38 022,1	40 078,4	5,83 %
Gazeuse non aromatisée	2 385,5	2 545,3	2 703,1	2 864,3	6,29 %
Gazeuse aromatisée	801,7	925,7	1 063,3	1 210,8	14,73 %
Plate aromatisée	60,1	63,6	67,3	71,0	5,71 %

Source : *Datamonitor, 2015*
** **TCAC :** Taux de croissance annuel composé E=Estimation, P=Prévision*

Quatre des cinq principales entreprises d'eau potable en bouteille en Chine exercent leurs activités à l'échelle nationale et accaparent 62,1 % des parts totales du marché sur le plan du volume et 50,4 % en ce qui concerne la valeur des ventes au détail, ce qui signifie que l'environnement est très concentré. L'entreprise qui occupe la première position du classement, Nongfu Spring Ltd., détient un peu plus de parts du marché que les trois autres principales entreprises nationales, Tingyi Holdings Ltd., Hangzhou Wahaha Group Co., Ltd et China Resources Enterprise Ltd. Nongfu Springs a connu une augmentation importante de ses parts du marché en 2015, passant du troisième rang sur le plan du volume (deuxième rang pour la valeur des ventes) à la première place pour le volume et la valeur des ventes.

Cinq entreprises détenant les plus grandes parts de marché de l'eau potable en bouteille en Chine – ventilation selon le volume des ventes au détail (% des parts du marché)

Entreprises	2012	2013	2014	2015
Nongfu Spring Ltd.	11,8	11,7	11,5	20,1
Tingyi Holdings Ltd.	17,8	17,5	17,2	16,9
Hangzhou Wahaha Group Co., Ltd.	16,6	16,3	13,2	14,7
China Resources Enterprise Limited	4,3	4,6	9,6	10,4
The Coca-Cola Company	5,2	4,9	4,9	5,6

Cinq entreprises détenant les plus grandes parts de marché de l'eau potable en bouteille en Chine – ventilation selon la valeur des ventes au détail (% des parts du marché)

Entreprises	2012	2013	2014	2015
Nongfu Spring Ltd.	11,6	11,6	11,8	19,2
Tingyi Holdings Ltd.	14,6	14,3	13,6	12,6
Hangzhou Wahaha Group Co., Ltd.	12,6	12,8	10,4	10,6
China Resources Enterprise Limited	4,8	6,1	7,4	8,0
Nestlé S.A.	4,8	4,3	4,3	4,1

Source pour les deux : *Mintel Market Sizes, 2016*

INDUSTRIE DE LA RESTAURATION

Les établissements de restauration chinois, comme les restaurants à service complet et les cafétérias libre-service, offrent gratuitement l'eau du robinet à leurs clients, mais la plupart des clients de ces types d'établissements optent pour d'autres boissons, comme du jus, du thé ou des boissons alcoolisées. Par conséquent, les entreprises d'eau potable en bouteille distribuent leurs produits dans des cafés et des pubs, où elles ciblent surtout des consommateurs aisés (Euromonitor International, 2014).

NORMES

La Commission nationale de la santé et de la planification familiale de la République populaire de Chine a annoncé en décembre 2014 qu'elle avait apporté des modifications importantes aux normes sur l'eau potable embouteillée. La nouvelle norme d'hygiène en matière de conditionnement de l'eau embouteillée (GB19298-14) a remplacé deux normes désuètes datant de 2003 (GB19298-2003) et de 1998 (norme sur l'eau purifiée en bouteille : GB17323-1998). Elle est entrée en vigueur le 24 mai 2015 (Chemical Inspection and Regulation Service, 2015). La nouvelle norme s'applique à tous les produits d'eau embouteillée destinés à la consommation directe, sauf les produits d'eau minérale naturelle (SGS, 2014). Pour obtenir un complément d'information sur la nouvelle norme, consultez l'article *New Hygienic Standard of Packaged Drinking Water* (en anglais seulement) du Chemical Inspection and Regulation Service.

En outre, un certain nombre d'entreprises d'eau potable en bouteille de la Chine ont commencé à utiliser des emballages légers en 2013 en réponse à la stratégie du gouvernement en matière d'économie d'énergie et de réduction des émissions. Résultat, le poids des emballages est passé de 14 g à 12 g (Euromonitor International, 2014).

LANCEMENTS DE NOUVEAUX PRODUITS

Selon la base de données Mintel (2016), sur les 430 nouveaux produits d'eau potable en bouteille (aromatisée ou non) lancés en Chine de 2011 à 2015, 268 étaient des produits complètement nouveaux. L'eau non aromatisée, qui représentait 85,6 % de tous les produits lancés au cours de cette période de cinq ans, était le type de produit le plus populaire. Les trois principaux formats de bouteille étaient le format de 500 ml (83 produits lancés) et ceux de 350 et 550 ml (73 produits lancés chacun). Le parfum de citron était le plus populaire durant la période 2011 à 2015 (21 produits), suivi des parfums de sel (6) et de rose (5). En outre, le groupe de parfums fruits et légumes (46 produits) était le plus populaire, suivi de fines herbes et épices (9) et de fleurs (8).

Nouveaux produits d'eau potable en bouteille lancés en Chine, du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015, par caractéristique

Caractéristique	Nombre de lancements annuels				
	2011	2012	2013	2014	2015
Lancements annuels de produits	110	101	66	61	92
Type de lancement					
Nouveau produit	74	42	41	51	60
Nouvel emballage	15	18	8	24	49
Nouvelle variété/élargissement de la gamme	12	6	12	18	27
Cinq principales allégations					
Teneur faible, nulle ou réduite en sucre	11	6	7	8	10
Emballage éthique ou écologique	4	2	7	2	7
Sans additifs ni agents de conservation	7	3	5	4	6
Enrichi de vitamines ou de minéraux	10	1	0	9	4
Autre (aliment fonctionnel)	8	2	2	5	2
Sous-catégories					
Eau non aromatisée	81	59	50	73	105
Eau aromatisée	20	7	11	20	31
Cinq principaux formats d'emballage					
500 ml	19	8	12	21	23
550 ml	18	10	9	15	21
330 ml	6	8	5	8	18
350 ml	26	13	6	15	13
360 ml	6	3	5	8	8
Trois principaux prix ($ US)					
0,46 $	4	0	0	5	2
0,15 $	4	0	1	3	2
0,16 $	2	4	2	0	2

***Source** : Mintel GNPD, 2016* **Remarque : Les classements sont fondés sur des données de 2015*

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS, 2016

Eau potable de source naturelle

L'eau 5100 Ge Sang Quan Yin Yong Tian Ran Shui (eau potable de source naturelle) provient d'un glacier au Tibet. Ce produit est vendu au détail dans une bouteille de 550 ml comprenant un code QR Wechat.

Entreprise : Tibet Glacier Mineral Water
Marque : 5100 Ge Sang Quan
Catégorie : Eau
Date de publication : Octobre 2016
Prix : 0,48 $ US
Format de l'emballage : 550 ml

Allégations : Médias sociaux

Eau gazéifiée à saveur de pomme
La boisson Youdao Soda Ping Guo Wei Su Da Qi Shui (eau gazéifiée à saveur de pomme) a un nouvel emballage. Ce produit est maintenant vendu au détail dans un nouveau format de 500 ml et la bouteille comprend un code WeChat, une promotion permettant de gagner des prix et un code QR.

Entreprise : Youdao Jizhi Foods
Marque : Youdao Soda
Catégorie : Eau aromatisée
Date de publication : Septembre 2016
Prix : 0,84 $ US
Format de l'emballage : 500 ml
Allégations : Médias sociaux

Eau de source naturelle avec zinc
L'eau Dong Ting Shan Zi Yi Tian Ran Quan Shui (eau de source naturelle avec zinc) est certifiée QS. Ce produit est vendu au détail dans une bouteille de 320 ml.

Entreprise : Dong Ting Shan Natural Spring Water
Marque : Dong Ting Shan
Catégorie : Eau
Date de publication : Juillet 2016
Prix : 0,43 $ US
Format de l'emballage : 320 ml

Source pour tous : *Mintel GNPD, 2016*

CONCLUSION

La demande d'eau potable en bouteille en Chine continuera d'augmenter au cours des prochaines années et le marché de l'eau embouteillée de ce pays devrait presque doubler d'ici 2019, selon les prévisions. Les exportations d'eau potable en bouteille du Canada vers la Chine ont beaucoup augmenté au cours des cinq dernières années, bien que l'écart en matière d'approvisionnement soit aussi à la hausse. Par conséquent, les occasions ne manquent pas pour les producteurs d'eau embouteillée du Canada d'accroître leurs parts du marché chinois.

Le marché chinois de l'eau potable en bouteille est très concentré. Les marques nationales contrôlent la majeure partie du volume et de la valeur des ventes. Néanmoins, des acteurs étrangers ont réussi à percer le marché en Chine : trois des cinq marques importantes à l'échelle mondiale ont vendu leurs produits dans ce pays en 2014.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux en Chine**
  www.delegues commerciaux.gc.ca/e-f/cn/index.htm

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.delegues commerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce marché et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- http://ats-sea.agr.gc.ca/

Pour de plus amples renseignements sur Food and Hospitality China 2016, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

Chemical Inspection and Regulation Service, article intitulé : *New Hygienic Standard of Packaged Drinking Water,* 2015, consulté en avril 2015 sur Internet : http://www.cirs-reach.com/news/New_Hygienic_Standard_of_Packaged_Drinking_Water.html

Chinadialogue, article intitulé : *China's bottled water: the next health crisis?*, consulté le 16 avril 2015 sur Internet : https://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/7152-China-s-bottled-water-the-next-health-crisis-

SGS (SGS) Consumer Testing Services, communiqué de presse intitulé : *SGS Informs on China Updating National Labeling and Safety Standards for Packaged Drinking Water,* consulté en avril 2015 sur Internet : http://www.pr.com/press-release/607952

Datamonitor, 2015

Euromonitor International, 2016

Euromonitor International, 2014. *Bottled Water in China*, juin 2014

Global Trade Tracker, 2016

Mintel Global New Product Database (GNDP), 2016

Mintel Market Sizes, 2016

EAU POTABLE EN BOUTEILLE EN CHINE
Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Alexandre Perrault, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS

Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.